

让老子文化走向世界

——访兰州文理学院传播学教授梁宝毓

□记者 乔小纳/文 刘俊涛/图

“周口有着无与伦比的独特的地方文化优势,这里有老子文化(鹿邑是老子故里)、农耕文化(周口是农业大市粮食主产区)、姓氏根文化(淮阳是伏羲故都、姓氏发源地)和‘中国杂技之乡’‘中国文学之乡’(全国18个‘中国文学之乡’之一),这些文化每一个拿出来都是响当当的独特文化品牌,但周口是否形成了文化的感召力、软实力和国内外传播的影响力?”

10月27日下午,在周口日报社第十一期《周口报业大讲堂》上,兰州文理学院传播学教授梁宝毓做了题为《让老子文化走向世界——地方主流媒体提升国际传播能力路径探讨》的报告。梁宝毓教授提出的周口文化对外传播影响力之问,引起了周口报人的思考。梁宝毓教授曾在读者出版集团有限公司从事杂志编辑、图书出版工作20多年,为传播优秀传统文化撰文著书、拍摄纪录片,积累了丰富的经验。此次周口之行,梁宝毓教授游览了鹿邑太清宫、淮阳太昊陵等历史文化名胜,对周口文化底蕴之深厚频频赞叹。在大讲堂上,他结合在周口的所见所闻,为如何让老子文化走向世界提出宝贵建议。



梁宝毓在做报告。

传播“老子”任重道远

对于老子文化的深刻内涵和丰富外延,梁宝毓教授做了深入浅出的诠释。

据现有史料研究,老子诞生于公元前571年,孔子诞生于公元前551年,而古希腊哲学“三圣”中的苏格拉底出生于公元前469年,柏拉图生于公元前427年,亚里士多德生于公元前384年。苏格拉底是柏拉图的老师,柏拉图是亚里士多德的老师。如果从世界哲学的历史看,老子堪称苏格拉底的老师。当然,中国的哲学先贤和古希腊的哲学家各有特色、各有造诣。但若细细研究,在一些基本哲学启蒙思想方面,东西方哲学是有不少相似或相同之处的。“在那么久远的年代,周口鹿邑就诞生了老子这么伟大的思想家、哲学家、文学家和史学家,可见这里有着非凡的思想土壤。”梁宝毓说。

老子的著作、思想、哲学早已成为世界文化遗产的宝贵财富,欧洲人从19世纪初就开始对老子传世作品《道德经》深入研究,《道德经》已成为全球文字出版发行量最大的著作之一。尽管中国和欧美等国的文化有很多差异,但对于老子和老子的《道德经》,不仅全球思想界、哲学界、文学界和史学界普遍接受,而且在世界科学界、生物界、地质勘探界和生态保护领域,也对老子及其传世作品给予了高度评价。

对于老子的文化价值,梁宝毓评价道:“老子文化是跨越时代、跨越地域、跨越国界的,老子的《道德经》既闪耀着博大精深的唯物主义思想光辉,又蕴含着朴实无华的人生哲理、自然生态哲理和社会哲理的辩证法箴言警句。中国的历史文化具有深厚底蕴,中国的文化自信具有足够的内涵底气。缺失深厚历史文化的国家和民族是肤浅的,是没有底气、定力和精神感召力的。”

从老子时代到现在的近3000年里,人类和世界已然发生了翻天覆地的变化,无论是在国际政治、外交、军事、安全领域,还是在经济、贸易、金融、科技、教育领域;无论是世界人口的生活、生存和生命环境,还是海洋、深地、极地、地球、太空、宇宙,这个世界已经面目全非。但老子的思想文化、《道德经》的哲理依然显示出很强的生命力、哲理性、时代价值与现实针对性。世界虽然在剧变,但人类与世界的基本规律、基本矛盾、基本演进、基本环境和基本依存关系并没有改变,也不会改变。“重温老子共81篇5000字的《道德经》,对我们更好地思考人类与世界面临的问题乃至危机是有益的。既然老子文化对人类与世界如此重要,我们就要更好地把老子文化继承下去,并尽力传播出去。老子文化的国际传播有许多工作要做,可谓任重道远,但这是我们义不容辞的责任。国际上尤其是我们的周边国家,近年来从事老子文化研究的高校、智库和组织机构越来越多,但老子诞生在鹿邑、诞生在周口,因此我们对老子文化的研究和传播负有不可推卸的责任,这既是捍卫和弘扬中华民族悠久历史与灿烂文化的重任,也是加强中国软实力建设和国际传播的当务之急。”梁宝毓说。

遵循“五力”走向世界

对于老子文化如何走向世界,梁宝毓教授结合习近平总书记关于国际传播的“五力”要求,给出了建议。

2021年5月31日,习近平总书记在十九届中共中央政治局第三十次集体学习时强调,讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国,是加强我国国际传播能力建设的重要任务。习近平指出,必须加强顶层设计和研究布局,构建具有鲜明中国特色的战略传播体系,着力提高国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力。习近平总书记关于国际传播“五力”的重要论述,为当前加强和改进国际传播工作指明了正确方向,提供了根本遵循,提出了更高要求。

“在新媒体技术环境下,国际传播的关注点和落脚点呈现出下沉趋势。因此我们地方媒体要重视国际传播工作,积极总结地方经验、挖掘地方特色、讲好地方故事,推进地方国际传播能力建设。要以全球眼光重新发现地方新闻,让地方新闻变成全国新闻,具有全球新闻的传播价值。在报道手法上,要注重用小切口反映大主题,用微镜头展现大时代,以小故事揭示高立意,以新技术创造新体验。地方媒体外宣工作要抓住本地特色,贴近中国实际、贴近国际关切、贴近海外受众,将国际新闻和地方特色结合起来,效果会更生动、更具体。”梁宝毓说。

所谓中华文化的感召力,就是要着眼于提升文化软实力。习近平总书记说,把中华优秀传统文化推向世界,让中华文化在世界面前“活起来”“热起来”,

既是一个拥有5000多年文明史的民族向世界自我呈现的必然,也是一个和平发展的大国在经济全球化时代应当担负的责任。按照美国著名国际政治学家约瑟夫·奈的说法,文化通过传播、得到认同才能转化为软实力。梁宝毓教授认为,认同来自于文化的感召力,这是形成文化软实力的关键。

中华文化要产生感召力,在于受众对中华文化多元立体的体认。综观当下国际传播中有关中华文化的传播,最主要的弊端是对中华文化传播的片面化解读,多停留在文化符号的认知上。比如,对于中国功夫、中国美食等缺乏精神标识的提炼和深层价值的挖掘,文化背后形塑的中国形象也略显扁平与单薄。在国际传播中,宜以文载道、以文传声、以文化人,向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化。

在万物皆媒的时代,提升国际传播软实力,既要充分整合政府、民间和外籍友人的力量,又需要“硬核”载体,发挥物质文明在中华文化走出去中的作用,“为此,我们应在调研基础上摸清自己国际传播的短板缺项,建立和完善相应的制度体系。构建地方媒体国际传播的顶层设计,推动传播理念的变革,提高地方媒体国际传播能力建设的意识,挖掘我们周口地方文化特色,提升文化的感召力、软实力,提升我们讲故事的能力和水平,协同地方传播实践,丰富国家战略传播体系建设,整合社会传播资源,‘造船、借船’并用,打造周口日报社的国际传播的载体和平台,讲好周口故事,对外展示真实、立体、全面的周口,这是我们周口媒体人义不容辞的责任和义务。”梁宝毓说。

讲好故事 打造平台

对于如何提升媒体工作者讲故事的能力,助力周口文化、周口故事更好地走出去,梁宝毓教授结合业界经验,向周口报人传授了不少新点子。

首先是故事选择“国际化”。梁宝毓教授强调各地方都拥有着丰富多彩的故事,但并不是所有的故事都适合进行国际传播。做好地方国际传播工作就需要我们用国际化的视野去精心挑选故事,在保持地方特色、体现地方文化的同时,选取国外民众感兴趣,特别是能够引起情感共鸣的故事。

其次是故事讲述“国际化”。古希腊伟大的哲学家柏拉图说:“谁会讲故事,谁就拥有了世界。”这就要求地方国际传播工作者要运用国外民众接受的传播方法和技巧向世界讲述地方精彩故事,要讲道理,更要摆事实,做到“用事实说话”“用镜头讲故事”,要“平视生活”,做到传播的人性化、内容的生活化。

最后是故事传播“分众化”。不同国家、不同文化语境、不同意识形态背景下,公众的态度和立场是不同的。所以,面对不同国家公众,传播的内容与方式要有差异化安排。

在学会讲故事的基础上,如何打造地方国际传播的载体和平台,梁宝毓教授给出的建议是:地方应充分抓住新时代赋予的“造船出海”“借船出海”“搭船出海”“组船出海”的巨大机遇,打造全方位、多层次、多声部的地方国际传播矩阵。

“造船出海”即是地方各级政府、媒体应积极行动起来,借助网络这一载体,一是搭建自身的政

务英文外宣网络平台;二是推动地方主流媒体、高校、科研院所等搭建自身的英文外宣网络平台。“借船出海”即是地方媒体积极行动,借助社交类媒体平台,在海外社交媒体脸书、推特等上面注册自己的政务账号,并推动地方主流媒体、高校、科研院所等在海外社交媒体上面注册自己的账号,充分运用新手段和工具,加强自身的国际传播能力。“搭船出海”即是地方媒体借助中央主流媒体构建的现代化国际传播平台,加强与中央主流媒体的沟通交流,推动地方主流媒体加强与中央主流媒体的沟通交流,建立机制,安排专人选取并整理地方信息中的外宣亮点,及时向中央主流媒体平台提供鲜活的信息和精美的稿件。“组船出海”即是地方媒体筛选一批政治意识强、业务水平精、外语能力强的地方自媒体人组成民间国际传播队伍,帮助他们设置议题,提升传播能力,开展地方国际传播,借力他们的平台对外讲述地方的精彩故事。

“地方传播结合起来就是中国传播,是生动又具体的中国故事。”在访谈快要结束时,梁宝毓教授强调,传播力决定影响力,话语权决定主动权。在“不传播,就不存在”“不日进者,必日退”的当今时代,作为内陆省份的地方媒体,国际传播能力建设不是可有可无的,而是更显重要更迫切。“在周口这片诞生出老子的文化热土上,周口的媒体人更应该肩负起传播本土优秀文化的使命,把老子的优秀思想传播得更远、更广!”